

Oyunlaştırılmış Yatırım ve Davranışsal Finans

Salih Aydın¹

Özet

Oyunlaştırma, oyun dışı bağlamlarda oyun öğelerinin kullanımıyla bir bireyin davranışını etkilemek veya bir deneyimi geliştirmek için kullanılan teknolojik bir araçtır. Oyunlaştırma birçok alanda olduğu gibi finans alanında da son yıllarda kullanılmaya başlanmıştır. Son yıllarda, kişisel finans alanında mobil uygulamaların yükselişi, bireylerin para yönetimi, tasarruf ve yatırıma yaklaşımını dönüştürmüştür. Kullanıcı merkezli tasarımdan yararlanan bu uygulamalar, kullanıcıları sağlıklı finansal alışkanlıklar geliştirmeye teşvik etmek için ilerleme takibi, rozetler ve ödüller gibi oyun benzeri özellikler entegre ederek oyunlaştırma tekniklerini giderek daha fazla kullanmaktadır. Bu trend, özellikle dijital platformlarla daha fazla ilgilenen ve finansal durumlarını aktif bir şekilde yönetmek için motivasyona ihtiyaç duyan genç nesiller için cazip hale gelmektedir. Ancak oyunlaştırmanın finansal sistemi basit bir süreç olarak görülmesine neden olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü bireylerin oyunlaştırmanın getirdiği gelişmelerle finansal sisteme verilecek önemi azaltabileceği tehdidi her zaman mevcuttur. Bu sebeple oyunlaştırmanın özellikle bireylerin irrasyonel davranışlar sergilemesinin önüne geçmek için dikkatli olunması gerekmektedir. Bu çalışmada, oyunlaştırma kavramının ne olduğu açıklandıktan sonra, oyunlaştırmanın finans ile etkileşimine değinilmiştir. Daha sonra dünyada oyunlaştırmanın yaygın bir şekilde kullanılması için geliştirilmiş platformlar hakkında bilgiler verilmiştir. Çalışmanın son kısmında ise oyunlaştırmanın ortaya çıkarabileceği irrasyonel yatırım davranışları ile ilgili bilgiler verilmiş ve bunlardan etkilenmemek için atılması gerek adımlar açıklanmıştır. Çalışmanın bu alanda ulusal literatürdeki boşluğa katkı sunacağı düşünülmektedir.

1 Doç. Dr. Artvin Çoruh Üniversitesi, Borçka Acarlar Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, salihaydin@artvin.edu.tr, 0000-0002-3817-1169

1. Giriş

Son yıllarda oyunlaştırma, eğitim, sağlık ve pazarlama gibi birçok alanda önemli bir faktör haline gelmiştir. Finansal piyasalar da oyunlaştırmanın etkileri ve sonuçları görülmeye başlandığı içim bireysel yatırımcılar arasında bu kavram ilgi görmeye başlamıştır. Finansal teknoloji ve Robinhood gibi dijital platformlar, puan sistemleri ve etkileşimli kullanıcı ara yüzleri gibi oyunlaştırma unsurlarını kullanarak bireysel yatırımcılara hizmet vermektedir. Söz konusu bu platformlar aracılığıyla yatırım yapmayı daha teşvik edici ve kullanıcı dostu hale getirmek amaçlanmaktadır. Bu durum, oyunlaştırmanın yatırımcı davranışını, özellikle de riskten kaçınmayı nasıl etkilediği sorusunu gündeme getirmektedir. Kurumsal yatırımcılara kıyasla piyasalar hakkında daha az bilgiye ve daha düşük sermaye seviyelerine sahip olan bireysel yatırımcılar, oyunlaştırmanın etkilerine yenik düşebilmektedir. Davranışsal finans alanında, bireysel yatırımcıların oyunlaştırma nedeniyle daha fazla risk aldığı görülmektedir. Oyunlaştırılmış yatırım, daha dürtüsel karar alma ve risk almaya yol açabilir; bu da kısa vadeli yatırım kararlarına ve olası önemli kayıplara yol açabilir. Öte yandan, oyunlaştırma aynı zamanda finans literatürünü, öğrenimini ve finansal ekonomik karar almaya olan ilgiyi de geliştirebilir (Perälä, 2025).

Bu çalışmada bireysel yatırımcıların oyunlaştırılmış yatırım davranışına eğilimi incelenmiştir.

2. Oyunlaştırılmış Yatırım ve Finans

Oyunlaştırma terimi ilk olarak 2002 yılında Nick Pelling tarafından kullanılmış, ancak 2010'ların ikinci yarısına kadar önemli bir yaygınlık kazanmamıştır. Oyunlaştırmanın kullanımıyla ilgili hakemli deneysel çalışmaları inceleyen bir literatür taraması, konu hakkında yayınlanan çalışma sayısının sürekli arttığını ve oyunlaştırmanın akademisyenler arasında giderek artan bir ilgi gördüğünü ortaya koymuştur. Günümüzde bu kavram, İnsan-Bilgisayar Etkileşimi alanında köklü bir tekniktir.

Deterding ve diğerleri (2011), beş seviyede oyun ögesi olduğunu ve bunların hepsinin belirli bir soyutlama seviyesine sahip olduğunu savunmaktadır. İlk seviye olan oyun ara yüzü tasarım kalıpları, kullanıcının doğrudan maruz kalacağı tasarım öğelerini sunar. Bunlar, örneğin kullanıcı ara yüzünde görsel bir başarı olarak gösterilen liderlik tabloları veya rozetler olabilir. Diğer kullanıcılar arasında karşılaştırma ve daha yüksek bir seviyeye ulaşmak için gereken adımlar, bu seviyeyi en somut ve anlaşılır hale getirmeye katkıda bulunur. İkinci seviye olan oyun tasarım kalıpları ve mekanikleri, kullanıcının doğrudan etkileşime gireceği oyun öğelerini ifade eder. Bu öğeler, örneğin sıra

tabanlı bir oyun tarzı ve zaman veya kaynak kısıtlamalar olabilir. Dolayısıyla, ilk iki seviyenin ortak payda olarak tüketici ile daha doğrudan bir etkileşim içinde olduğu ve bu nedenle yorumlanmasının ve anlaşılmasının daha kolay olduğu söylenebilir. Üçüncü seviye olan oyun tasarım ilkeleri ve sezgisel yöntemler, tasarım problemlerini çözmek, analiz etmek ve verilen çözümleri değerlendirmek için sözel davranışı kullanır. Dördüncü seviye olan oyun modelleri, kullanıcının oyun algısı ve deneyimiyle ilgilidir. Tasarım açısından bakıldığında, bu, belirli bir oyun hissi uyandırmak için oyunu tasarlamak anlamına gelebilir. Beşinci ve son seviye oyun tasarım yöntemleridir ve oyun tasarlarken genel tasarım stratejilerine odaklanır.

Son yıllarda, kişisel finans alanında mobil uygulamaların yükselişi, bireylerin para yönetimi, tasarruf ve yatırıma yaklaşımını dönüştürmüştür. Kullanıcı merkezli tasarımdan yararlanan bu uygulamalar, kullanıcıları sağlıklı finansal alışkanlıklar geliştirmeye teşvik etmek için ilerleme takibi, rozetler ve ödüller gibi oyun benzeri özellikler entegre ederek oyunlaştırma tekniklerini giderek daha fazla kullanmaktadır. Bu trend, özellikle dijital platformlarla daha fazla ilgilenen ve finansal durumlarını aktif bir şekilde yönetmek için motivasyona ihtiyaç duyan genç nesiller için cazip hale gelmektedir (Celestin ve Vanitha, 2021).

Yatırımda oyunlaştırma, ödüller, rekabet ve etkileşimli özellikler gibi oyun benzeri unsurların finansal platformlara ve uygulamalara stratejik entegrasyonu olarak tanımlanabilir. Bu yaklaşım, video oyunlarında sıklıkla bulunan prensiplerden ilham alarak kullanıcıları yatırım faaliyetlerinde motive etmek ve etkileşime sokmak için tasarlanmıştır.

Oyunlaştırma, geleneksel olarak karmaşık olan finans dünyasını basitleştirmeyi ve daha erişilebilir, kullanıcı dostu ve ilgi çekici hale getirmeyi amaçlar. Yatırımcıları piyasaya aktif olarak katılmaya, yatırım stratejileri hakkında bilgi edinmeye ve portföylerini geleneksel, metin ağırlıklı finansal ara yüzleri aşan bir coşku ve etkileşimle yönetmeye teşvik eder.

Oyunlaştırma, kullanıcıları etkileşime sokmak ve sorunları çözmek için oyun dışı bağlamlarda oyun tasarım öğelerinin ve mekaniklerinin kullanılması olarak resmen tanımlanır. Finansal hizmetler sektöründe bu, bütçeleme, tasarruf ve yatırım gibi sıradan veya karmaşık görevlerin daha etkileşimli, ödüllendirici ve keyifli deneyimlere dönüştürülmesini içerir. Savunucuları oyunlaştırmanın finansal okuryazarlığı artırabileceğini ve olumlu finansal alışkanlıkları teşvik edebileceğini savunurken, giderek artan kanıtlar, yatırım ve kumar arasındaki çizgiyi bulanıklaştırabileceğini ve tüketiciler için olumsuz sonuçlara yol açabileceğini göstermektedir.

Oyunlaştırma, oyun dışı bağlamlarda oyun öğelerinin kullanımıyla bir bireyin davranışını etkilemek ve/veya bir deneyimi geliştirmek için kullanılan teknolojik bir araç olarak tanımlanabilir. Kullanımı, eğitim, sağlık ve finans gibi geniş bir yelpazede sektöre yayılmıştır. Kişisel finans alanında oyunlaştırmanın tehlikelerine yönelik çok sayıda eleştiri olsa da, bireysel yatırımcılar üzerindeki olumlu etkilerini kabul etmek hâlâ önemlidir. Son yıllarda, finansal refahı ve okuryazarlığı iyileştirmek gibi ortak bir hedefle çeşitli uygulama ve araçlar piyasaya sürülmüştür (Moore ve Ljungkvist, 2022).

Oyunlaştırma, kullanıcı etkileşimini, katılımını ve davranış değişikliğini teşvik etmek için oyun benzeri unsurları oyun dışı bağlamlara dâhil etmeyi ifade eder.

Yatırımda oyunlaştırmanın bir takım avantajları vardır. Bunlar:

1. Yatırımda oyunlaştırmanın temel avantajlarından biri, sunduğu gelişmiş erişilebilirliktir. Geleneksel olarak yatırım, genellikle karmaşık ve göz korkutucu bir uğraş olarak algılanır ve öncelikli olarak güçlü bir finansal geçmişe sahip olanlar tarafından erişilebilirdi. Oyunlaştırma, bu giriş engellerini ortadan kaldırarak yatırım sürecini basitleştirir. Bunu, yatırım dünyasında anlayışı ve gezinmeyi kolaylaştıran sezgisel ve kullanıcı dostu ara yüzler aracılığıyla gerçekleştirir.
2. Oyunlaştırılmış platformlar, kullanıcıların sektör jargonunun ve teknik ayrıntıların yarattığı karmaşa olmadan yatırım fırsatlarına erişmesini sağlar ve özellikle piyasaya yeni girenler için caziptir. Oyunlaştırılmış yatırım platformlarındaki kullanıcı dostu ara yüzler, kullanıcının kolaylığı düşünülerek tasarlanmıştır. Bu ara yüzler sadeliğe ve görsel çekiciliğe vurgu yaparak yatırım sürecini daha ilgi çekici ve daha az korkutucu hale getirir.
3. Bu platformlar genellikle ilerleme çubukları, başarı rozetleri ve kullanıcı dostu panolar gibi etkileşimli öğeler içerir ve genel kullanıcı deneyimini geliştirir.
4. Popüler video oyunlarının estetiğini ve dinamiklerini yansıtan bu ara yüzler, potansiyel yatırımcılar için daha cazip bir ortam yaratarak, bireyleri finans dünyasına adım atmaktan alıkoyan psikolojik engelleri etkili bir şekilde azaltır.
5. Yatırımda oyunlaştırmanın bir diğer önemli avantajı, eğitim kaynaklarının doğrudan yatırım deneyimine entegre edilmesidir. Bu, yatırımcılar arasında bilinçli karar alma süreçlerini desteklemede çok önemlidir. Oyunlaştırma kapsamındaki eğitim bileşenleri, kullanıcıların piyasayı keşfederken ve işlem yaparken erişebilecekleri eğitimler, sınavlar,

makaleler ve videoları içerir. Bu gerçek zamanlı öğrenme deneyimi, yatırım girişimlerindeki bilgi ve güvenlerini artırmak isteyen yatırımcılar için paha biçilmezdir.

6. Geleneksel olarak karmaşık ve finansal uzmanlığa sahip kişiler için uygun olarak görülen oyunlaştırma, süreci basitleştirir. Yatırımların anlaşılmasını ve gezinmesini kolaylaştıran sezgisel, kullanıcı dostu ara yüzler kullanır.
7. Yatırımların oyunlaştırılması, eğitim kaynaklarının doğrudan deneyime entegre edilmesi avantajını sunarak bilinçli karar vermeyi teşvik eder. Eğitimler, sınavlar, makaleler ve videolar gibi özellikler, gerçek zamanlı öğrenmeyi geliştirerek yatırımcıların yatırım faaliyetlerinde bilgi ve güven oluşturmalarına yardımcı olur.
8. Birçok platform, kullanıcıların yatırım stratejilerini, risk yönetimini ve piyasa dinamiklerini daha iyi anlamalarına yardımcı olmak için oyunlaştırmayı eğitimle etkili bir şekilde birleştirmiştir. Örneğin, bazı platformlar kullanıcıların sanal para birimiyle işlem yapmalarını sağlayan simülasyonlar sunarak, gerçek sermayelerini riske atmadan onlara farklı bir deneyim sunmaktadır.

Yatırımda oyunlaştırmının avantajları gerçekten önem arz etmektedir. Oyunlaştırma, geleneksel giriş engellerini ortadan kaldırarak, daha önceki finans bilgisi veya deneyimi ne olursa olsun daha geniş bir kitlenin yatırıma erişimini mümkün kılmıştır. Sezgisel ve ilgi çekici kullanıcı dostu ara yüzleri sayesinde yatırım sürecini basitleştirerek, finans piyasasına yeni girenlere birçok avantaj sunmaktadır.

Yatırımda oyunlaştırmının avantajlarının yanında bazı riskleri de tanımlayan dezavantajları bulunmaktadır. Bunlar:

1. **Artan Risk Alma İsteği:** Oyunlaştırma, yatırımcılar arasında istemeden de olsa artan risk alma eğilimini teşvik edebilir. Bu, öncelikle oyunlaştırılmış yatırım platformlarının doğasında bulunan psikolojik unsurlardan kaynaklanır. Bu platformlarda zorluklara katılmanın, ödüller kazanmanın ve hedeflere ulaşmanın heyecanı, kullanıcıları daha geleneksel bir yatırım ortamında düşünmeyecekleri riskleri almaya teşvik edebilir. Puanlar, rozetler ve liderlik tabloları gibi oyunlaştırma unsurları, bireyleri oyun ortamlarında risk almaya iten psikolojik tetikleyicilerden yararlanır. Daha yüksek puan veya ödül arayışı, genellikle gerçek yatırım risklerinin değerlendirilmesinden daha önceliklidir. Sonuç olarak, yatırımcılar, finansal açıdan ihtiyatlı olmasa bile, anında kazanç elde etme arzusuyla spekülatif veya dürtüsel alım satımlara girişebilirler. Oyunlaştırılmış

yatırımda aşırı risk almanın gerçek dünyadaki sonuçları önemli olabilir. Oyunlaştırılmış hedef ve ödülleri ihtiyatlı finansal stratejilerin önünde gören yatırımcılar, özellikle yatırımların karmaşıklıklarını yönetecek deneyim veya bilgiye sahip olmayanlar için finansal istikrarsızlığa yol açabilecek önemli kayıplar yaşayabilirler. Ayrıca, bu tür davranışlar piyasa oynaklığına katkıda bulunabilir ve birçok yatırımcı benzer yüksek riskli bir yaklaşım benimseyerek sistematik riskler oluşturabilir.

2. **Kısa Vadeli Düşünme:** Yatırımda oyunlaştırmanın önemli dezavantajlarından biri de, kullanıcılar arasında kısa vadeli bir zihniyet geliştirme eğilimidir. Oyunlaştırılmış platformlar, ödüller ve zorluklar aracılığıyla anında tatmin sağlar, ancak istemeden de olsa uzun vadeli finansal hedefler yerine kısa vadeli kazançlara odaklanmayı teşvik edebilirler. Oyunlaştırma, kullanıcıların ilgisini canlı tutmak için genellikle anında geri bildirim ve ödüllere dayanır. Bu durum, yatırımcıların daha güvenilir ve daha az değişken olan sabırlı ve uzun vadeli yatırım stratejileri yerine kısa vadeli alım satım ve hızlı kazançlara öncelik vermesine neden olabilir. Kullanıcılar, günlük portföy dalgalanmalarıyla aşırı meşgul olabilir ve bu da iyi düşünülmüş, uzun vadeli bir yatırım planına bağlı kalmak yerine, dürtüsel alım satım kararlarına yol açabilir. Oyunlaştırılmış yatırımda kısa vadeli bir zihniyetin etkileri endişe vericidir. Yatırımcılar, portföylerini sık sık değiştirdikleri için bileşik getiri avantajlarını kayırabilirler. Bu durum, zaman içinde servet oluşturmak gibi önemli uzun vadeli finansal hedeflere ulaşma becerilerini engelleyebilir. Esasen, oyunlaştırma yatırımı daha ilgi çekici hale getirirken, aynı zamanda uzun vadeli finansal başarı için genellikle gerekli olan disiplinli ve stratejik yaklaşımdan da uzaklaştırabilir.
3. **Duygusal Karar Alma Potansiyeli:** Heyecan veya aciliyet duygusu uyandırmak için tasarlanan özellikler, karar verme yetisini bulandırabilir ve kullanıcıları araştırma yerine abartıya dayalı alım veya satım yapmaya yönlendirebilir. Bu davranış yalnızca oynaklığı artırmakla kalmaz, aynı zamanda deneyimsiz yatırımcılar için önemli kayıplara da yol açabilir.
4. **Finansal Kayıp ve İstikrarsızlık:** Eğlenceyi, hedefleri ve ödülleri finansal stratejilerden daha öncelikli gören yatırımcılar önemli kayıplarla karşılaşabilir. Bu durum, sonunda ekonomik sorunlara da yol açabilir.

Yatırımda oyunlaştırmadan en iyi şekilde yararlanmak, finansal süreci aktif ve sorumlu bir şekilde yönetmeyi gerektirir. Oyunlaştırma şüphesiz yatırım deneyimini iyileştirebilir, ancak özellikle riskleri yönetirken ve uzun vadeli bir bakış açısı korunurken bu süreçteki kilit rolü göz ardı etmemek gerekir.

İlk olarak, riskleri yönetmedeki rolünüzü anlamak çok önemlidir. Oyunlaştırılmış platformlar, ödüllerin ve anında tatminin cazibesi nedeniyle bazen kullanıcıları dürtüsel veya riskli yatırım davranışlarına yönlendirebilir. Bu psikolojik yönün farkında olmak çok önemlidir ve bu tür eğilimlere karşı aktif olarak çalışmak gereklidir. Sorumlu yatırım, bilinçli kararlar almayı, kapsamlı araştırmalar yapmayı ve eylemlerinizin olası sonuçlarını anlamayı içerir. Oyunlaştırmanın aceleci veya düşüncesiz seçimlere yol açmadan yatırım deneyimini geliştirmesini sağlamak için öz farkındalık ve özen şarttır.

İkinci olarak, uzun vadeli bir bakış açısı korumak kritik öneme sahiptir. Oyunlaştırma, genellikle kısa vadeli ödülleri ve zorlukları vurgulayan unsurlar sunar ve bu da yatırımcıların dikkatini daha geniş finansal hedeflerinizden uzaklaştırabilir. Oyunlaştırmayı en üst düzeye çıkarmak için net, uzun vadeli finansal hedefler belirlemek ve yatırımları kısa vadeli piyasa dalgalanmalarına göre sık sık izleme ve ayarlama cazibesine direnmek gerekir. Stratejik ve sabırlı bir yaklaşım benimseyerek, genel finansal stratejinin istikrarlı kalmasını sağlarken oyunlaştırmanın ilgi çekici özelliklerinden yararlanılabilir.

Çeşitlendirme, yatırımda oyunlaştırmanın faydalarını en üst düzeye çıkarmak için bir diğer önemli unsurdur. Yatırım portföyünü çeşitlendirmek, yatırımları çeşitli varlık sınıflarına, sektörlere ve coğrafi bölgelere yaymayı içerir. Oyunlaştırılmış platformlar genellikle çok çeşitli yatırım seçeneklerine erişim sunar ve çeşitlendirilmiş bir portföy oluşturmak için bu özellik kullanılabilir. Bu, düşük performans gösteren varlıkların etkisini azaltarak riskleri azaltır ve getiri potansiyelini artırır.

Finansal hizmetler sektöründe oyunlaştırma, para biriktirme, harcamaları yönetme veya yatırımlar hakkında bilgi edinme gibi sıkıcı ve karmaşık görevleri eğlenceli, etkileşimli ve ödüllendirici hale getirir.

Oyunlaştırma yaklaşımı, insanın doğuştan gelen çeşitli içgüdülerinden yararlanarak çalışır. Bu içgüdüler:

- **İnsanın başarı arzusu:** İnsanlar doğal olarak hedeflere ulaşmaktan ve çabalarının takdir edilmesinden hoşlanır. Oyunlaştırma, görevleri tamamlayanlara somut veya sanal ödüller, rozetler veya kupalar sunarak ve bir başarı hissi yaratarak bunu tatmin eder.
- **Dopamin tetikleyicileri:** Kullanıcılar bir görevi tamamladığında veya bir ödülün kilidini açtığında, beyin dopamin salgılar; bu da “iyi hissetme” kimyasalıdır. Bu, olumlu bir pekiştirme oluşturarak kullanıcıları platform veya görevle etkileşime girmeye devam etmeye motive eder.

- **Anında tatmin:** Ulaşılmayan hedefler genellikle uzak ve soyut hissettirir bu da motivasyonu korumayı zorlaştırır. Oyunlaştırma, ilerleme çubukları, seri puanları ve başarılar gibi anında ödüller sunarak insanın anında tatmin olma arzusunu tatmin eder.
- **Rekabet ve sosyal bağlantı:** Liderlik tabloları, sosyal paylaşım ve çok oyunculu mücadeleler, rekabetçi doğamıza ve sosyal etkileşim arzumıza hitap ederek kullanıcıları daha tutarlı bir şekilde etkileşim kurmaya yönlendirir.
- **Kayıp kaçınma:** Birçok oyunlaştırılmış sistem, kullanıcıların ilerlemelerini veya ödülleri kaybetmekten korktukları senaryolar yaratır ve bu da onları aktif ve tutarlı kalmaya teşvik eder. Oyunlaştırma mekanizmaları, kullanıcıları eğlenirken daha derin etkileşim kurmaya, belirli olumlu davranışlara bağlı kalmaya ve daha akıllıca kararlar almaya motive eder.

Finans sektöründe şirketlerin kullanıcıları etkilemek ve elde tutmak için oyunlaştırmayı kullandığı bazı temel alanlar şunlardır:

1. **Kişisel Finans Yönetimi:** Kişisel finans yönetimi, oyunlaştırmının kök saldığı en yaygın alanlardan biridir. Bireylerin finansal işlemlerini etkili bir şekilde yönetmek, dikkat edilmesi gereken tüm küçük ayrıntılar nedeniyle bazen karmaşık ve bunaltıcı olabilir ve bunlar hızla birikir. Oyunlaştırılmış uygulamalar, kullanıcıların harcamalarını takip etmelerine, bütçe oluşturmalarına ve tasarruf hedefleri belirlemelerine olanak tanırken, kişisel finans puanları ve ilerleme çubukları gibi oyunlaştırılmış bir katman ekler.
2. **Müşteri Katılım Süreçleri:** Müşteri katılım süreci genellikle yeni müşterilerin bir finansal hizmet veya platformla ilk etkileşimidir. Bu nedenle, kullanıcıların hizmetle olan ilişkisinin tonunu belirler. Oyunlaştırma, katılım sürecini çeşitli unsurlar kullanarak ilgi çekici ve sorunsuz bir yolculuğa dönüştürebilir. Oyunlaştırılmış finansal platformlar, etkileşimli eğitimler, simülasyonlar, ödül puanları, rozetler ve ilerleme çubukları içeren anlaşılır modüller kullanır.
3. **Kredi kartı ödül programları:** Kredi kartı şirketleri, kullanıcıların belirli aşamalara ulaşarak “seviye atladığı” puan sistemleri, harcama zorlukları ve diğer kademeli ödül sistemleri aracılığıyla programlarını oyunlaştırır. Ödüller, artırılmış geri ödeme oranları, seyahat ayrıcalıkları veya özel tekliflerdir. Oyunlaştırma özelliği, ekstra bir heyecan ve memnuniyet katmanı ekler. Kullanıcıların sürece daha fazla dâhil olmalarını sağlarken, kartlarını daha sık kullanmaları için onları motive eder.

4. **Yatırım ve işlem platformları:** Karmaşık veriler ve alışılmadık terimler veya kavramlar, yatırım ve işlem platformlarını, özellikle yeni veya deneyimsiz kullanıcılar için göz korkutucu hale getirebilir. Oyunlaştırma sanal işlem simülasyonları gibi unsurları ekleyerek bu sorunu çözer. İlerleme takibi, kilometre taşı ödülleri, rozetler, veri görselleştirme ve yatırımcı statüsü kademeleri, kullanıcı etkileşimini artıran diğer oyunlaştırma unsurlarıdır.

Oyunlaştırma teorisi veya oyun tasarımının oyun dışı bağlamlarda uygulanması, davranışsal psikoloji teorileri kapsamında davranışı etkileme becerisine dayanarak akademisyenlerin giderek daha fazla dikkatini çekmektedir. Hem dışsal hem de içsel motivasyon tekniklerinin uygulanmasıyla oyunlaştırma, eğitim, sağlık, pazarlama ve tüketici davranışları gibi çeşitli sektörlerde katılımı ve etkileşimi artırmaktadır. Oyunlaştırmanın başarısı çoğunlukla psikolojik motivasyon teorilerine bağlıdır; ancak bu teoriler, keyif ve ödül amaçlı faaliyetlerin, sıkıcı veya zor olarak görülebilecek bağlamlarda bile davranış üzerinde derin bir etkiye sahip olabileceğini öne sürmektedir. Örneğin, eğitimde oyunlaştırma yöntemlerinin, özellikle kısa vadeli hedefler için uygulandığında, öğrencilerin katılımı ve davranış değişikliği üzerinde orta düzeyde olumlu bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir. Benzer şekilde, oyunlaştırma, eğlence hissini en üst düzeye çıkaran ve böylece daha olumlu davranışsal niyetlerle sonuçlanan markaların oyunlaştırılmış kullanımından da olumlu yönde etkilenmiştir. Sağlık sektöründe oyunlaştırma, daha yüksek düzeyde katılım ve dâhil olma sağlayarak hasta davranışlarını değiştirmek ve bakım sonuçlarını iyileştirmek için kullanılmıştır. Bu, oyunlaştırılmış müdahalelerin yeni müdahale tasarımı ve ölçüm modelleri sunduğu ruh sağlığı ve davranış terapisi gibi disiplinlerde özellikle alakalı bir olgu olmuştur. Bir fiziksel aktivite alanı deneyi, oyunlaştırılmış müdahalelerin adım sayısını artırdığını ve motivasyonda tespit edilebilir bir değişiklik olmaksızın davranışta ölçülebilir bir iyileşme gösterdiğini ortaya koymuştur. Oyunlaştırmanın etkinliği her zaman tutarlı değildir ve kültürel ve bağlamsal değişkenlere bağlı olarak değişiklik gösterebilir ve kültüre özgü stratejiler gerektirebilir. Ek olarak, oyunlaştırmanın ve motivasyonel olanaklarının bütünleşik bir sınıflandırmasının olmaması, bazı oyunlaştırma özelliklerinin psikolojik etkilere etkili bir şekilde bağlanmasını engellemekte ve bu da alanda metodolojik bir boşluk yaratmaktadır. Bu sınırlamalara rağmen, oyunlaştırma, sürdürülebilir tüketim, çevre dostu davranış ve sivil eylem gibi faydalı davranış değişikliğini teşvik etmek için çok çeşitli alanlarda başarıyla uygulanmıştır. Ciddi oyunlar ve oyunlaştırma, klinik psikolojide terapötik müdahalelerin uygulanması için umut vadeden alanlar haline gelmekte ve bu da onları daha çekici ve etkili hale getirebilmektedir. Literatür, oyunlaştırmanın kısa vadeli davranış değişikliği

üzerindeki faydalı etkisini ele alırken, uzun vadeli etkileri nispeten daha az araştırılmaktadır. Sonuçlardaki bireysel çeşitlilik ve bağlama özgü yaklaşımlara duyulan ihtiyaç, daha gelişmiş tasarım ve değerlendirme uygulamalarına olan ihtiyacı vurgulayan kalıcı zorluklardır. Oyunlaştırma ilerledikçe, bu tür incelikler, uzun vadeli davranış değişikliğini teşvik etme potansiyelinin tamamını gerçekleştirmede önemli olacaktır (Lokeshwari vd., 2025).

3. Oyunlaştırılmış Yatırım Platformları

Oyunlaştırılmış yatırım platformları, oyun tasarımı öğelerini entegre ederek kullanıcı etkileşimini ve karar alma süreçlerini geliştirmektedir. Oyunlaştırma, insan psikolojisinden yararlanarak beyindeki ödül devrelerini harekete geçirmekte ve kullanıcılar ödüllendirildiğinde dopamin salgılanmasını sağlamaktadır.

Oyunlaştırılmış yatırım uygulaması pazarındaki kilit oyuncular arasında Robinhood, Acorns, Stash ve eToro yer almakta ve finansal ortamı dönüştürerek yatırımı daha erişilebilir hale getirmektedir. Oyunlaştırılmış yatırım uygulamaları, kullanıcıların etkileşimini sürdürmek için ilerleme takibi, ödüller ve etkileşimli eğitimler kullanarak karmaşık finansal işlemleri ilgi çekici bir deneyime dönüştürmektedir. Oyun tasarımı öğelerini yatırım platformlarına entegre ederek kullanıcı etkileşimini ve karar alma süreçlerini geliştiren oyunlaştırılmış yatırım kavramını iyi anlayabilmek gerekmektedir. Bu, yatırımı daha ulaşılabilir ve keyifli hale getirmek için video oyunlarının cazibesinden yararlanarak geleneksel finansı altüst eden bir strateji olarak görülebilmektedir. Puanlar, rozetler kazanılabilmekte, hatta yarışmalara katılarak sıradan bir görev etkileşimli bir deneyime dönüşebilmektedir.

Oyunlaştırılmış yatırım, karmaşık kavramların gizemini çözmede ve bunalmış hissetmeden bilgili bir yatırımcı olmanıza yardımcı olmada etkili olduğu için büyük ilgi görmektedir. Oyunlaştırılmış yatırım oyun benzeri unsurları yatırıma entegre ederek, öğrenmeyi keyifli hale getirmekle kalmamakta, aynı zamanda finansal konularda proaktif kalma motivasyonunu da artırmaktadır. Oyunlaştırmanın şaşırtıcı faydaları kişisel keyfin ötesine geçmekte ve artan etkileşim sayesinde daha iyi yatırım alışkanlıklarına da katkıda bulunmaktadır.

Oyunlaştırılmış yatırım araçları, finansla etkileşim kurma biçimini yeniden şekillendirmekte ve dinamik bir piyasa ortamında bilgili yatırımcılar olma yolunu kolaylaştırmaktadır.

Özünde, oyunlaştırma, oyun oynarken veya hedeflere ulaşıldığında beyindeki aynı ödül devrelerini harekete geçirmektedir. Puanlar, rozetler veya diğer teşviklerle ödüllendirilme yapıldığında, beyin zevk ve motivasyonla

ilişkili bir nörotransmitter olan dopamin salgılamaktadır. Bu tepki, kişiyi uygulamayla etkileşimde kalmaya teşvik etmektedir.

Ayrıca, bu uygulamalar genellikle seviyeler ve liderlik tabloları aracılığıyla bir ilerleme ve başarı hissi yaratmaktadır. Bu, finans yönetimi gibi sıradan bir görevi kazanmak istenilen bir oyun gibi hissettirebilir ve yatırımcıyı finansal sürecine motive ve bağlı tutar.

Oyunlaştırılmış yatırım uygulamaları arasında Robinhood ön plana çıkmaktadır. Robinhood'u ücretsiz işlem modelinin yanı sıra farklı kılan şey, yeni başlayanlara uygun deneyimidir. Diğer yatırım uygulamalarının aksine, yatırım hakkında hiçbir ön bilgiye sahip olmadan neredeyse anında hesap açılabilir. Ayrıca, uygulamada kullanıcı katılımını ve uygulama etkileşimini teşvik etmek için çeşitli oyun öğeleri kullanılmaktadır. Örneğin, bir kullanıcı ilk işlemini yaptığında, ekrandan konfetiler yağmaktadır. Uygulama ayrıca, platformdaki en popüler hisse senetlerini içeren bir liderlik tablosuna da sahiptir. Robinhood'un kişiselleştirilmiş bildirimleri de platformdaki aktiviteyi artırmaktadır. 2020'nin ilk üç ayında, Robinhood kullanıcıları rakibi E-Trade'den dokuz kat, Charles Schwab müşterilerinden ise 40 kat daha fazla hisse senedi alıp satmıştır. Robinhood, uygulamayı kullananlara ücretsiz hisse senedi kazandıran bir ödül programı kullanarak yönlendirmeleri artırmaktadır.

Özetle oyunlaştırma platformlarında genellikle aşağıdaki unsurlar bulunur:

- **Puanlar ve Rozetler:** Bunlar, oyunculara ilerlemeleri ve başarıları hakkında geri bildirim sağlayan temel oyun özellikleridir. Üyeler, belirli görevleri tamamlayarak veya belirli hedeflere ulaşarak puan kazanırlar. Rozetler, belirli bir alanda neleri başardıklarını veya ne kadar usta olduklarını gösterir. Bu tür teşvikler, başarının görsel bir temsili görevi görerek, kullanıcıları sistemle etkileşime devam etmeye teşvik eder.
- **Lider Tabloları:** Bunlar, katılımcıların performanslarına ve başarılarına göre puanlarını gösterir. Liderlik tablosu, kullanıcılar arasında bir rekabet duygusu yaratarak onları listede yükselmeye motive eder. Liderlik tablolarını gördüklerinde, insanların becerilerini geliştirme ve hedeflerine ulaşma olasılıkları daha yüksektir.
- **İlerleme ve Seviyeler:** Bunlar, kullanıcıların görevleri tamamladıkça veya puan kazandıkça oyunun bir sonraki aşamasına geçmelerini sağlar. Bu görsel ilerleme yatırımcıya bir başarı hissi verir ve devam etmesini teşvik eder. Oyunda yeni seviyelerin kilidini açmak veya ek içeriklere erişmek genellikle beklenti ve heyecan sağlar.

- **Ödüller ve Teşvikler:** Ödüller ve teşvikler, insanları sistemle etkileşime girmeye ve belirli şekillerde davranmaya teşvik edebilir. Bu ödüller hem gerçek hem de sanal dünyada kullanılabilir. Bu, insanları ödüller vererek katılıma ve hedeflerine ulaşmaya teşvik eder.
- **Takım Arkadaşları:** Bunlar, kullanıcıların bağlantı kurmasına, birlikte çalışmasına ve başkalarıyla rekabet etmesine olanak tanır. Sosyal paylaşım, çok oyunculu görevler ve grup etkinlikleri gibi özellikler, bir topluluk duygusunu besler, iş birliğini teşvik eder ve deneyimi eğlenceli ve ilgi çekici hale getirir.

4. Oyunlaştırılmış Yatırım ve Davranışsal Finans

Oyunlaştırma, bir ürün veya hizmetle etkileşimi teşvik etmek için oyun öğelerini oyun dışı bağlamlara yerleştirme uygulamasıdır. Tarihsel olarak, bu tür bir etkileşim bir platformda daha fazla zaman geçirmek, daha iyi reklam gelirlerine veya daha doğrudan gelir kaynaklarına yol açmıştır. Ancak oyunlaştırma, bireylerin davranışlarını değiştirmek için dürtmelerin yaygın olarak benimsenmesine dâhil edilmiştir. Geleneksel tasarruf ve yatırım anlayışı, bireylerin para biriktirip büyük satın alımlar, acil durumlar, emeklilik ve miraslar gibi gelecekteki harcamalar için tasarruf etmek amacıyla yatırım yaptıklarıdır.

Oyunlaştırma, bireyleri daha fazla tasarruf etmeye teşvik etmek için güçlü bir araç olabilir. Birçok bütçeleme ve kişisel finans uygulaması, bütçeler kontrol edildiğinde veya para yatırıldığında hediyeler ekleyerek oyunlaştırılmıştır. Bazı mikro tasarruf uygulamaları, bozuk para veya indirimleri otomatik olarak biriktirmek gibi geleneksel dürtmeleri, çekiliş gibi oyunlaştırma özellikleriyle birleştirmiştir. Dürtmek ve oyunlaştırma, bireysel davranışları farklı şekillerde etkilemektedir. Oyunlaştırmanın arkasındaki en etkili teorilerden biri, insanların doğası gereği proaktif olduğunu ve güçlü bir büyüme arzusuna sahip olduğunu, ancak dış çevrenin bunu desteklemesi gerektiğini öne süren öz belirleme teorisidir (Devi ve Ryan, 2012).

Oyunlaştırma, pazarlamada sıklıkla kullanılır, ancak reklamcılık gibi geleneksel pazarlama tekniklerinden farklıdır. Oyunlaştırma davranış etkilerken, reklamcılık düşünceleri, tutumları ve inançları etkiler. Reklamcılıkta, tüketicinin davranışı, ürüne karşı yerleşik bir tutumdan kaynaklanıyormuş gibi yorumlanabilir. Oyunlaştırma ise, aksine, davranışı etkilemenin daha doğrudan bir yolunu vaat etmektedir (Schrape 2014). Özetle, oyunlaştırma, dürtmeler ve pazarlama teknikleri, firmaların ürün ve hizmetleriyle etkileşimi artırmak için birlikte çalışır.

Oyunlaştırılmış platformlar, kasıtlı olsun ya da olmasın, genellikle aşağıdaki önyargıları tetiklemek ve güçlendirmek için tasarlanmıştır (Valecha, 2025).

- **Aşırı Güven Eğilimi:** Bu, bireylerin kendi bilgi, beceri ve tahminlerinin doğruluğunu abartma eğilimidir. Yatırımda, sürekli olarak kazandıran hisse senetleri seçebileceğine veya piyasayı zamanlayabileceğine dair bir inanç olarak ortaya çıkar ve aşırı alım satım ve yetersiz çeşitlendirilmiş portföyler tutma gibi davranışlara yol açar. Araştırmalar, yatırımcıların çoğunun ortalamanın üzerinde yatırım bilgisine sahip olduğuna inandığını göstermiştir. Oyunlaştırılmış platformlar, etkileşimli grafiklerin, tahmin araçlarının ve küçük kazançlar için kutlama niteliğindeki geri bildirimlerin, temelde öngörülemeyen piyasa güçleri üzerinde yanlış bir hâkimiyet duygusu yarattığı bir “kontrol yanılsaması” yaratarak bu önyargıyı daha da kötüleştirebilir.
- **Sürü Eğilimi:** Bu önyargı, bireylerin daha büyük bir grubun eylemlerini ve kararlarını taklit etme ve çoğu zaman kendi bağımsız analizlerini terk etme eğilimini tanımlar. Güçlü bir psikolojik uyum ihtiyacı ve başkalarının istismar ettiği algılanan fırsatlara ilişkin bir şeyleri kaçırma korkusu (FOMO) tarafından yönlendirilir. Dot-com balonu, finansal piyasalardaki sürü zihniyetinin klasik bir örneğidir. İşlem platformları, “Bu Hafta En İyi 10 Yatırımcı” liderlik tabloları veya “En Çok İşlem Gören Hisse Senetleri” listeleri gibi özellikler aracılığıyla bu önyargıdan doğrudan yararlanır. Bu özellikler, kullanıcılara “sürünün” ne yaptığını işaret eder ve dolaylı olarak onları da aynı şeyi yapmaya teşvik eder. Psikolojik olarak, kalabalığa karşı gelmek acı verici olabilir ve uyum sağlamak için güçlü bir baskı yaratabilir.

Tüm tasarım ve kullanıcı deneyimi ilkelerinde olduğu gibi, oyunlaştırma da iyi ve kötü amaçlar için kullanılabilir. Davranışsal yönleri hedef alan bir oyunlaştırma yaklaşımı kötü olarak değerlendirilir. Örneğin, bir yatırımcıyı tüm faktörleri göz önünde bulundurmadan aceleyle bir pozisyon almaya zorlayan ve yatırımcının fırsatı kaçırma korkusunu (FOMO) tetikleyen bir zamanlayıcı, oyunlaştırmanın kötü bir kullanımudur. Yukarıda sayılan ve onların dışındaki bazı yatırımcı eğilimleri ile mücadele etmek için oyunlaştırma platformları çeşitli stratejiler geliştirmiştir. Bu önyargılar ve bunların üstesinden gelmek için geliştirilen stratejiler aşağıdaki gibidir:

- **Doğrulama Eğilimi:** İnsanlar, bildiklerini doğrulayan bilgileri arama ve bunlarla çelişen bilgileri reddetme eğilimindedir. Örneğin, belirli bir sektöre güçlü bir şekilde inanan bir yatırımcı, yalnızca yükseliş görüşlerini destekleyen analist raporlarını okurken, olumsuz sektör araştırmalarını veya piyasa uyarılarını dikkate almayabilir. Yalnızca olumlu metriklere odaklanıp endişe verici göstergeleri göz ardı edebilir

ve bu da optimum olmayan yatırımlara ve pozisyonlara yol açabilir. Oyunlaştırma platformları, karşıt bakış açılarını ve metrikleri gösteren bir “Perspektif Panosu” uygulayarak bu eğilimin vereceği zararı azaltabilir. Kullanıcılar bir sektör veya hisse senedini araştırdığında, platform hem yükseliş hem de düşüş senaryolarını inceleyenlere “Analiz Puanları” vererek dengeli araştırmayı oyunlaştırabilir. Dengeli bir bakış açısını koruyanlara ödüller vererek, bilgi kaynaklarının ne kadar çeşitli olduğunu gösteren bir “Görüş Çeşitliliği Puanı” oluşturarak yatırımcıların daha rasyonel hareket etmelerini sağlayabilir.

- **Kayıptan Kaçınma:** İnsanlar, kazançtan çok kayba daha güçlü tepki verirler. İki eşit karar verildiğinde, insanlar en fazla kazanç potansiyeline sahip olan yerine, en az kayıp potansiyeline sahip olanı tercih etme eğilimindedir. Tarihsel veriler piyasaların genellikle toparlandığını gösterse de, daha fazla kayıp korkusu, toparlanma potansiyelinden daha ağır basmaktadır. Bu eğilim ile hareket eden yatırımcıların yatırımlarını elden çıkaranların birkaç ay sonraki yükselişi kaçırdığı görülmüştür. Oyunlaştırma platformları, tarihsel piyasa toparlanma modellerini gösteren etkileşimli bir “Kurtarma Simülatörü” geliştirerek bu eğilimin ortaya koyacağı hasarı minimize edebilir. Hem potansiyel kayıpları hem de kazançları eşit ölçüde görselleştiren ve kazançları kayıplar kadar duygusal olarak etkili hale getirmek için davranışsal tasarım kullanan bir “Kayıp Bağlamı Hesaplayıcısı” oluşturulabilir.
- **Aşırı Güven Eğilimi:** İnsanlar kendi yeteneklerine aşırı güvenme eğilimindedir. Örneğin, bir günlük tüccar, bir boğa piyasasında birkaç kripto para birimi ticaretinde başarılı olabilir ve bu da onları özel piyasa zamanlama yeteneklerine sahip olduklarına inandırabilir. Bu aşırı güven, işlemleri yanlış değerlendirmelerine neden olabilir ve bu da önemli kayıplara yol açabilir. Oyunlaştırma platformlarını kullanan yatırımcının gerçek getirilerini piyasa kıyaslamalarıyla ve kendi tahminleriyle karşılaştıran bir “Ticaret Performansı Analizcisi” oluşturulması ile bu eğilimin ortaya çıkarabileceği olumsuz tablonun önüne geçilebilir.
- **Yenilik Eğilimi:** Bir analizde daha eski olaylar daha önemli olsa bile, zihinlerimiz yakın zamandaki olaylara daha fazla ilgi duymakta ve vurgu yapmaktadır. Pek çok yatırımcının eğilimin süresiz olarak devam etmesini bekleyerek yüksek büyüme gösteren teknoloji hisselerine tahsislerini artırdığı 2020-2021 yıllarındaki güçlü teknoloji hissesi performansının ardından güncellik önyargısı yaygınlaşmıştır. Bu yenilik önyargısı, bazı teknoloji hisselerinin zirvelerinden %40 düştüğü 2022

teknoloji hissesi düzeltmesinden hemen önce aşırı maruz kalmaya yol açmıştır. Oyunlaştırma platformlarının bu eğilimi engellemek için geçmişte benzer piyasa koşullarının nasıl gerçekleştiğini gösteren bir “Zaman Makinesi Portföyü” aracı oluşturmaları bu eğilimin etkisini azaltabilir.

- **Sabitleme Eğilimi:** Alınan ilk bilgi parçasına çok fazla odaklanma eğilimidir. Bu, değişen bir ekonomi veya ekonomik durum hakkında sabit fikirlere yol açabilir. Örneğin, daha yüksek bir fiyattan hisse satın alan bir yatırımcı, hisse senedi %50 oranında düştüğünde, satın alma fiyatına bağlı olarak satış yapmayı reddedebilir. Bu sabitleme onların değişen piyasa koşullarını objektif olarak değerlendirmesini engellemektedir. Yatırımcıların satın aldıkları yatırım araçlarının fiyatlarını sabit gösterge olarak kabul etmesi bu eğilim ile açıklanabilmektedir. Oyunlaştırma platformları, faktörlerin ilk yatırımlarından bu yana nasıl değiştiğini gösteren bir “Fiyat Gelişimi Zaman Çizelgesi” oluşturmaları ve yatırımcıların hizmetine bunu sunmaları ile birlikte yatırımcıların sabitleme eğiliminden kurtulabilecekleri savunulmaktadır.
- **Sürü Eğilimi:** Herkesin yaptığını yapma eğilimini ifade eder. Bunun bir örneği 2021’deki “meme hisse senedi” fenomeninde yaşanmıştır. Pek çok yatırımcı GameStop hisselerini yalnızca sosyal medya önerileri nedeniyle, işin temellerini veya risklerini anlamadan satın almıştır. Bu, sürdürülemez fiyat seviyelerinde alımlara yol açmış ve ardından heyecanın azalmasıyla birlikte 13,1 milyar dolarlık zarar meydana gelmiştir. Sosyal coşkunun temellerden koptuğunu otomatik olarak işaretleyen bir “Heyecan Ölçer” uygulaması ile oyunlaştırma platformları bu eğilimin hasarını azaltabilir. Bu eğilimin en büyük sebeplerinden birisi de insanların finansal okuryazarlık düzeyini yükseltmeden yani finansal yatırım araçlarının kendine has özelliklerini öğrenmeden toplumsal eğilimler veya çevresel faktörlerle hareket edilmesidir.
- **Belirsizlikten Kaçınma Eğilimi:** İnsanlar öngörülebilirliği tercih etme ve belirsizlikten kaçınma eğilimindedir. Örneğin, bir yatırımcı, tahvil ödemelerinin daha öngörülebilir olması nedeniyle, daha yüksek getirili temettü ödeyen hisse senetleri yerine sürekli olarak daha düşük, sabit getirili tahvilleri seçebilir. Temettü ödeyen şirketlerin güçlü mali tabloları ve onlarca yıllık ödeme artış geçmişi olsa da yatırımcı daha düşük ancak daha kesin getirileri tercih edebilmektedir. Oyunlaştırma platformları farklı yatırım araçlarının çeşitli piyasa koşullarında nasıl

çalıştığını gösteren, riskler ve mekanizmalara ilişkin net açıklamalar içeren etkileşimli simülasyonları uygulama içerisine dâhil edebilirler. Oyunlaştırma stratejik bir farklılaştırıcı olabilir. Önyargılar keşfedilerek kullanıcılar güçlendirildiğinde ve ardından bunların üstesinden gelmelerine yardımcı olduğunda, platform amacına ulaşmış olur.

5. Sonuç ve Öneriler

Davranışsal tekniklerin kullanımının ve sosyal medyanın artan etkisinin yanı sıra yatırım oyunlaştırması, yatırımcı katılımını ve okuryazarlığı artırmak için güçlü bir araç olarak kullanılabilir. Öte yandan oyunlaştırma, bireysel yatırımcıların aşırı alım satımını teşvik etmek, karmaşık veya riskli ürünlerde alım satımını teşvik etmek veya diğer zararlı yatırımcı davranışlarını teşvik etmek için firmalar tarafından potansiyel olarak kullanılabilir.

Genç nesillerin giderek daha fazla kendi finansal geleceklerinin sorumluluğunu üstlenmeleri gereken bir dönem yaşanmaktadır. Bunu sağlayabilmek için yatırımcıların finansal okuryazarlık düzeylerini artırmaları gerekmektedir. Gençlerin, son derece önemli kararlar alabilmeleri için mali konularda iyi eğitilmiş olmaları gerekir.

Hoş ve yararlı bir kullanıcı deneyimine sahip olmak, yatırımcıların kendilerini eğitmelerine yardımcı olabilir. Sezgisel uygulama tasarımı ve görsel olarak çekici bir sunumla oyunlaştırma, örneğin uzun vadeli planlama ve finansal okuryazarlığa odaklanan içerik söz konusu olduğunda insanların dikkatini çekebilir.

Birçok genç yatırımcı için finansal piyasalar çok karmaşık ve aşılması zor görünebilmektedir. Çevrimiçi ticaret bu engelleri ortadan kaldırır. Oyunlaştırma platformları aracılığıyla sermaye piyasaları ve yatırım stratejileri hakkında bilgi edinmek açısından oyunlaştırmanın açık faydaları vardır.

Oyunlaştırmayı finansal yatırım sürecinde kullanmak yatırımcılara bir takım avantajlar sunabilmektedir. Özellikle Z kuşağı olarak tanımlanan genç yatırımcıların kullanım alanında bu platformların olması onlara avantajlar sağlayabilir. Ancak bu platformları kullanırken potansiyel risklerin de farkında olunmalıdır. Oyunlaştırma, yatırıma yaklaşmanın yeni ve heyecan verici bir yolunu sunabilse de, bu platformları dikkatli ve sorumlu bir şekilde kullanmak önemlidir.

Dengeli bir bakış açısı benimseyerek, uzun vadeli finansal hedeflere odaklanarak ve kapsamlı araştırmalar yaparak, oyunlaştırmanın faydalarından yararlanılabilir ve aynı zamanda finansal gelecek güvence altına alınabilir.

Oyunlaştırılmış yatırım özellikleri, genç ve düşük gelirli yatırımcılar arasında etkileşimi ve risk toleransını önemli ölçüde artırsa da, karar alma, finansal okuryazarlık veya başarılı finansal sonuçlarda iyileşme anlamına gelmemektedir. Oyunlaştırmanın sağladığı artan etkileşim ve coşkuya rağmen, bu özellikler yatırım seçeneklerini geliştirmede ve finansal hedeflere ulaşmada geleneksel yatırım stratejileriyle karşılaştırıldığında yetersiz kalmaktadır. Sonuç olarak, oyunlaştırma yatırımı daha cazip hale getirebilse de, sağlıklı finansal alışkanlıkları geliştirme ve uzun vadeli finansal başarı elde etmedeki etkinliği sınırlı kalmaktadır (Roshi vd., 2024).

Kaynakça

- Celestin, M., & Vanitha, N. (2021). From gamification to investment: How apps are changing personal finance. In *7th International Conference on Modern Research Trends in Arts, Science, Engineering & Technology* (pp. 175-182).
- Deci, E.L., and R.M. Ryan. 2012. "Self-Determination Theory." In *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume I*, edited by P.A.M. Van Lange, A.W. Kruglanski, and E.T. Higgins, 416–36. London: SAGE Publications Ltd.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011, September). From game design elements to gamefulness: defining "gamification". In *Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments* (pp. 9-15).
- Joshi, R., Samnani, M. B., & Khajanchi, M. I. (2024). Gamified Investing: An Analysis of Investment Behaviour of Retail Investors Using Financial Applications, *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, 8(8), 1-7.
- Lokeshwari DV, Rukmini N., & Parvathi R. (2025). The Influence Of Gamification In Investment Apps On Risky Financial Behaviour Among Youth. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 13(5), 550-557.
- Moore, M., & Ljungkvist, H. (2022). Gamification and its effect on investor behaviour: A qualitative study investigating the gamified trading platform Avanza.
- Perälä, J. (2025). Gamified Investing: Impact of gamification on retail investor behavior.
- Schrape, N. (2014). "Gamification and Governmentality." In *Rethinking Gamification*, edited by Sonia Fizek, Mathias Fuchs, Paolo Ruffino, and Niklas Schrape, 21–45. Lüneburg, Germany: meson press.
- Valecha, V. (2025). The Double-Edged Sword: Behavioral Economics, Gamification, and Investor Welfare in India's Digital Brokerage Landscape. *Gamification, and Investor Welfare in India's Digital Brokerage Landscape (May 17, 2025)*.